

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT

(Studi kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo)

Yulita Dewi Indaini¹, Siti Samsiyah²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email : Ydewiindaini@gmail.com¹
Koresponden : sitisamsiyah@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelajar di Desa Kraton yang menggunakan paket data internet indosat. Penentuan sampel menggunakan teknik *Sampling Purposive* dengan kriteria pelajar ditingkat SMP dan SMA di Desa Kraton yang menggunakan paket data internet indosat, dengan pengambilan ukuran sampel 105 responden menggunakan rumus ferdinan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, setelah itu dianalisis menggunakan pengujian regresi linier berganda dan pengujian signifikan dengan bantuan program SPSS *Version 20.0*.

Dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan pengujian t disimpulkan bahwasanya variabel harga (X_1) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat (Y) $t_{hitung}=1,817$ dengan tingkat signifikan $0,072 > 0,05$. Variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) $t_{hitung}=11,208$ dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Untuk uji-f diperoleh hasil f_{hitung} 62,559 dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This reseach was conducted to determine whether there is an effect between Price and Product quality on the decision to purchase indosat data packages for students in Kraton Village, Krian District, Sidoarjo Regency. The population in this reseach were all students in the Kraton village who use indosat data package. The sampling technique used is sampling purposive technique with the criteria of students who are in junior high and high school in Kraton Village using Indosat internet data packages, with a sample size of 105 respondents using the ferdinan formula. Data collection using questionnaires and documentation then analyzed using multiple linear regression and significant test with the help of the SPSS Version 20.0 program.

Based on the analysis performed using the t test, it is concluded that the price variable (X_1) has no influence on the decision to purchase Indosat internet data packages (Y) t count = 1.817 with a sig value. ($0.072 > 0.05$). The product quality variable (X_2) has a partial and significant effect on purchasing decisions (Y) tcount = 11.208 with sig. ($0.000 < 0.05$). Whereas for the simultaneous f test, the results obtained fcount 62.559 with a significant value ($0,000 < 0,05$).

Keywords : Price, Product Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Internet banyak dibutuhkan oleh pelajar dalam kehidupan sehari-hari, internet digunakan untuk kegiatan bisnis sosialisasi maupun pendidikan. Paket data internet merupakan produk yang dapat mengakses dan menghubungkan gedged ke internet. Menurut Riski Kurniawan (2018) paket data internet sendiri digunakan oleh pengguna untuk dapat mengakses fitur-fitur yang

aksesnya melalui koneksi internet seperti pencarian data informasi, hiburan, berita dan chatting, menjadi sarana bisnis dan belajar serta pengumpulan tugas. Seorang pelajar membutuhkan internet untuk mencari informasi tentang materi atau referensi sebagai sarana penunjang pembelajaran.

Di dunia telekomunikasi saat ini banyak harga serta promo-promo menarik yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam pengambilan keputusan konsumen dapat mempertimbangkan keputusan pembelian salah satunya dengan melihat harga. Menurut Mitriani & Imbayani (2020) harga merupakan suatu hal yang dijadikan patokan oleh konsumen dalam keputusan pembelian yang menyesuaikan dengan komunikasi, saluran dan fitur produk serta membutuhkan waktu untuk mempertimbangkannya. Tidak hanya harga yang menentukan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, tanpa adanya kualitas produk yang baik maka akan sangat sulit untuk suatu perusahaan dalam menarik konsumennya untuk membeli produk yang dipasarkan. Kualitas produk yang menunjukkan baik adalah mampu memberikan rasa percaya kepada konsumen dalam menggunakannya sehingga konsumen memiliki motivasi untuk membeli maupun menikmati produk tersebut secara berkelanjutan (Fillah & Fitria, 2018). Kualitas produk merupakan persepsi nilai suatu produk untuk menjalankan fungsi serta sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman meliputi kehandalan, kecepatan koneksi jaringan, kemudahan transaksi layanan, perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya. Menurut Akbar & Sari (2018) pengambilan keputusan konsumen merupakan aspek penting bagi pemasar sebab untuk menentukan apakah konsumen akan tetap membeli produk ulang atau tidak melakukan pembelian kembali atas keputusan yang di tetapkan. Dalam mengambil keputusan pembeli akan mempertimbangkan kembali produk yang mengutamakan keunggulan sampai menemukan apa yang di inginkan yaitu kemudahan dan kecepatan dalam mengakses internet.

Paket data internet banyak dibutuhkan, utamanya pada masa pandemi covid-19, karena semua kegiatan dilakukan secara daring atau online. Produk paket data internet indosat sudah dikenal oleh masyarakat di Desa Kraton banyaknya promosi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik berupa iklan televisi nasional maupun swasta dan media cetak seperti bener dan reklame di sekitar Desa Kraton. Namun dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak pesaing dalam merebut pangsa pasar. Setiap konsumen memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan produk paket data internet. Provider yang ada di Desa Kraton yakni telkomsel, XL, indosat, trii dan axis. Penggunaan paket data internet indosat sendiri banyak digunakan oleh pelajar di Desa Kraton walaupun banyak provider lain yang menarik namun pelajar di Desa Kraton tetap menggunakannya. Maka dari itu melihat dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti apa yang menjadi penyebab pelajar di Desa Kraton banyak yang memilih untuk memakai paket data internet indosat. Dilihat dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti adakah pengaruh harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian paket data indosat pada pelajar di Desa Kartan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.

LANDASAN TEORI

Harga

Harga ialah nilai uang yang wajib dibayarkan, guna mendapat manfaat dari sebuah produk barang ataupun jasa yang dibeli dari penjual maupun produsen. Pembeli pun akan mempertimbangkan faktor harga untuk keputusan agar tetap membeli atau tidak produk tersebut dan mencari alternatif produk lain yang menawarkan harga lebih terjangkau dari sebelumnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) (dalam Andriani, 2020) harga ialah jumlah nilai uang yang wajib dibayarkan oleh pembeli untuk dapat memiliki produk yang diinginkannya. Sedangkan

menurut Lubis (2015) harga merupakan jumlah kompensasi yang dibutuhkan agar mendapatkan sejumlah produk barang ataupun jasa.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan nilai ataupun pandangan dari suatu produk tentang bagaimana untuk memanfaatkan kemampuan atau fungsi yang mereka miliki untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan guna mencapai kepuasan bagi konsumen. Menurut Riski Kurniawan (2018) kualitas produk yakni persepsi kemampuan produk untuk dapat melakukan fungsinya dari pandangan konsumen berdasarkan pengalamannya, pada urutan interaksi atau transaksi yang dicirikan, meliputi kehandalan, kecepatan koneksi jaringan, kemudahan transaksi layanan, serta penilaian produk, dan atribut bernilai lainnya. Kualitas suatu produk akan memberi nilai plus bagi pelanggan pada saat kualitas produk dapat memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka secara otomatis pelanggan akan merasa puas dengan produk tersebut (Andriani, 2020)

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah perilaku yang dilakukan oleh seorang individu yang berbeda. Individu merupakan konsumen yang memiliki potensi untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau ditemukan dipasar. Pembeli akan bebas dalam memilih produk yang di butuhkan atau di inginkan. Menurut Saputri (2016) keputusan dalam melakukan pembelian adalah hal yang normal terjadi, yang biasanya membutuhkan proses panjang dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan akan ada dari keingintahuan dengan kebutuhan suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Peneliti memilih populasi pelajar yang berada di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo yang memakai paket data internet indosat. Peneliti mengambil ukuran sampel sejumlah 105 yang diperoleh dari jumlah indikator 15 dikalikan dengan 7 yang berpedoman pada teori Ferdinand (2014:173).

Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti menggunakan *Non probability Sampling*, menggunakan teknik *Sampling Purposive*, Pelajar yang duduk di bangku SMP dan SMA, yang menggunakan paket data internet indosat di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo sebagai kriterianya.

Teknik Analisis Data

Pengujian instrumen penelitian

pengujian instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas

Pengujian Asumsi Klasik

Test yang digunakan peneliti meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas.

**Analisis Data Penelitian
Hasil Pengujian Instrumen**

a. Uji Validitas

Hasil dari uji instrumen validitas diketahui bahwasanya variabel harga dengan 12 item pernyataan , kualitas Produk dengan jumlah pernyataan 18, dan keputusan pembelian dengan jumlah pernyataan 15 item memiliki nilai yang signifikan yaitu ($<0,05$) dan $R_{hitung} > R_{tabel}$, dengan begitu bisa disimpulkan bahwa semua variabel yang diujikan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil dari pengujian reliabilitas menerangkan bahwa semua variabel memiliki alpha lebih dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut reliabel.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 1. Uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,01245307
	Absolute	,040
Most Extreme Differences	Positive	,040
	Negative	-,033
Kolmogorov-Smirnov Z		,410
Asymp. Sig. (2-tailed)		,996

Sesuai dengan tabel 1 di atas diketahui bahwa nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,996 > 0,05$. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua data terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

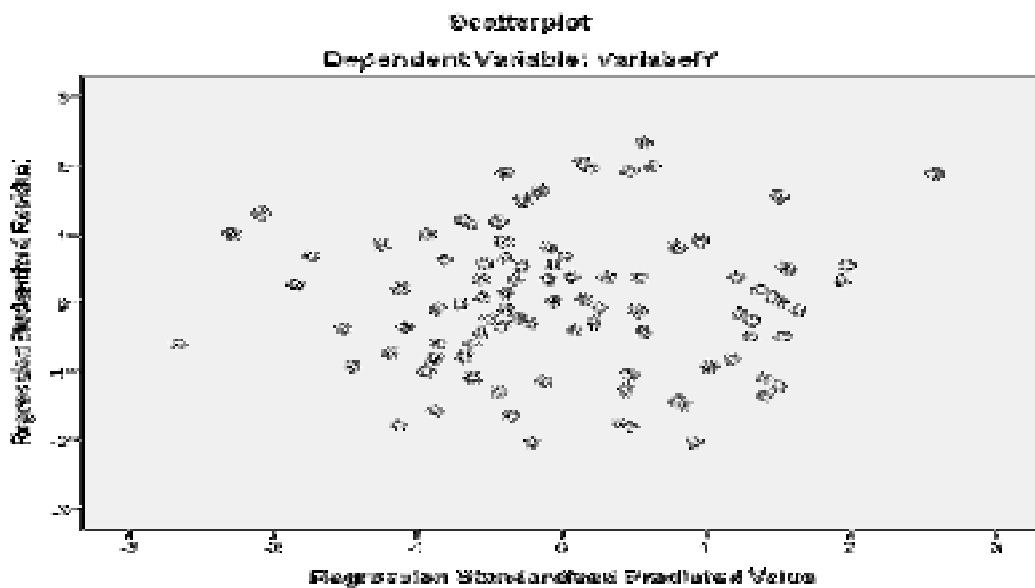
Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	8,236	5,519		1,492	,139		
	variabel X1	,053	,094	,038	,569	,570	,965	1,037
	variabel X2	,650	,060	,731	10,860	,000	,965	1,037

Dari tabel diatas diketahui nilai VIF variabel Harga (X_1) serta Kualitas Produk(X_2) adalah $1,037 < 10$ dan nilai tolerance value $0,965 > 0,1$ maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,04687
Cases < Test Value	52
Cases \geq Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	45
Z	-1,666
Asymp. Sig. (2-tailed)	,196

Berdasarkan dari tabel di atas, diperoleh probabilitas senilai $0,196 > 0,05$ artinya nilai signifikan lebih besar dari $0,05$. Dapat disimpulkan model regresi yang digunakan telah bebas autokorelasi.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Diketahui gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dengan acak, tidak membentuk pola tertentu dan tersebar baik diatas ataupun di bawah 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat diartikan model regresi tak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,742 ^a	,551	,542	4,05160

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,236	5,519		1,492	,139
	Harga	,053	,094	,038	,569	,570
	kualitas produk	,650	,060	,734	10,866	,000

Melihat pada tabel di aplikasi SPSS maka persamaan regresi yang telah terbentuk ialah $Y=8,236+0,056X_1 +0,650X_2 + e$

Tabel 5. Uji T

Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.
Harga (X1)	1,817	1,982	0,072
Kualitas Produk (X2)	11,208	1,982	0,000

Berdasarkan hasil tes pada tabel diatas jika tingkat signifikan <0,05 maka dapat dipastikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6. Uji F

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
Harga (X1)	62,559	3,08	0,000
Kualitas Produk (X2)			
Keputusan Pembelian (Y)			

Dilihat dari tabel 6 diperoleh F_{hitung} senilai 62,559 dengan nilai signifikansinya 0,000 sehingga nilai sig. 0,000<0,05

PEMBAHASAN dan HASIL

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil variabel harga (X₁) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,817 dengan signifikan 0,072>0,05 yang artinya H₀ diterima dan H₁ ditolak. Hal ini berarti bahwa harga paket data internet indosat di Desa Kraton tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian diatas

berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riski Kurniawan, Retmono&Nani Septian (2018), Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Variabel Kualitas Produk (X_2) diperoleh hasil t_{hitung} sejumlah 11.208 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis diterima dan terbukti, yang berarti kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat di Desa Kraton. Penelitian ini sama dengan Hasil yang diteliti oleh Akrim Ashal Lubis (2015), yang menyatakan variabel kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh f_{hitung} sebesar 62,559 dengan nilai signifikansi senilai 0,000 sehingga nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut menyatakan bahwa hipotesis diterima. Yang artinya harga dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jon Carlos Wora (2017), hasil dari penelitian ini menyatakan harga serta kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

1. Disimpulkan bahwa tidak memiliki pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.
2. Sesuai hasil pengujian, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.
3. Secara simultan terdapat pengaruh harga dan kualitas Produk terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.

IMPLIKASI

bagi perusahaan diharapkan penelitian yang dilakukan saat ini untuk dapat digunakan sebagai acuan atau referensi pandangan pelajar di Desa Kraton terhadap produk paket data internet indosat sehingga perusahaan dapat menambahkan inovasi terbaru untuk menarik minat beli calon konsumen.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya dapat mengandalkan koisioner yang dirasa peneliti berpengaruh pada jawaban kosumen pada pernyataan yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. F. F., & E, A. S. S. (2018). *PENGARUH HARGA PRODUK INDIHOME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN THE INFLUENCE OF THE PRICES OF PRODUCTS THE CONSUMER ' S PURCHASING DECISION AGAINST INDIHOME*. 4(3),

- 1100–1107.
- Andriani, C. E. T. I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Sumbawa, U. T. (2020). *Pengaruh Harga Paket Internet Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel.*
- Fillah, A., & Fitria, S. E. (2018). *THE EFFECT OF PROMOTION , PRICE , QUALITY OF PRODUCTS , AND BRAND IMAGE ON INDIHOME PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY OF PESONA BALI RESIDENCE , BANDUNG) Innovation in companies makes companies more developed and able to compete in the market . The develop.* 5(3), 3245–3252.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis.*
- Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET DI GALLERY *EMAS.*
- Riski Kurniawan. (2018). *Jurnal DINAMIKA Vol. 4 No. 2 – Desember2018 | ISSN:2460-3643.* 4(2).
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Sosioteknologi, 15(2), 291–297.*